

# Precios justos a través de la transparencia - Comercio Justo para todos

01.02.2004

Von

Sylvain Coiplet

## Principios del Comercio Justo

Con el tiempo se cristalizaron algunos criterios, que en parte son más completos de lo que de momento de podía esperar.

- Aseguramiento de los ingresos  
Los precios se fijarán con independencia de los precios del mercado mundial.
- Contrato de largo plazo  
Con esta seguridad se facilitan las inversiones.
- Pago por adelantado  
En la mayoría de los casos, se paga por adelantado un 50% de los encargos.
- Ningún intermediario  
Los contratos se convienen directamente entre el productor y los campesinos o su cooperativa.

Lo que con esto se gestó, se deja describir como un paulatino devenir de la economía pura de mercado a una economía de contrato. Por otro lado, con los cárteles, se establecerán los precios más altos para los productores no sobre las espaldas de los consumidores, sino mediante mutuo acuerdo.

## Aprender del éxito

Particularmente exitoso es el Comercio Justo en Suiza. Aquí, una cadena de supermercados líder llega a obtener una participación de dos cifras en el mercado con productos de Comercio Justo (jugo de naranja 10%, café 16%, bananas 21%). Empresas que aún no quieren participar, se ven bajo presión. En la página web de Nescafé se encuentra entre tanto una verdaderamente detallada justificación, sobre por qué el consorcio no ofrece productos de Comercio Justo, ni se lo plantea para el futuro. En la página alemana se busca en vano alguna pequeña referencia al tema. El motivo es simple. En Alemania, a pesar de la población diez veces mayor, no se alcanzarían nunca las cifras del Comercio Justo en Suiza.

El mundo tiene algo que aprender de Suiza. Pero también, Suiza puede aprender de sí misma. La pregunta es básicamente, cómo el éxito del comercio justo en los países en vías de desarrollo se puede aplicar a la agricultura del país.

Descontando las muchas subvenciones agrarias, no les iría mucho mejor a los campesinos europeos que a sus colegas en los países en vías de desarrollo. El problema con esas subvenciones estatales es sin embargo, que por un lado crean más problemas de los que pretenden solucionar. En tiempos de la globalización, cualquier mezcla entre intereses estatales y económicos tiene consecuencias catastróficas. Tales instituciones híbridas como la Organización Mundial de Comercio, donde los representantes políticos tratan sobre cuestiones económicas, subvenciones y derechos de aduana, llevan a escalación las tensiones entre norte y sur. Una alternativa a esto es un comercio justo regional, donde los

problemas de precios entre productores y consumidores - es decir, dentro de la economía misma - se resuelvan perceptiblemente. Entonces no juega ningún rol, quien dispone de precisiones o armas de destrucción masiva. En Alemania se encontró para el Comercio Justo un nombre verdaderamente peculiar: TransFair. ¿Cómo sería, si nosotros como complemento habláramos de RegioFair?

## Más transparencia de precios

El nombre RegioFair empero, no podrá alcanzar nada por sí solo. El consumidor europeo une espontáneamente países en vías de desarrollo con pobreza. A la situación de su propia agricultura se la imagina mucho menos dramática. Él no ve ahí necesidad, solo sus propios intereses. ¿Cuándo se le presentarán las cifras reales?

Nosotros, los consumidores, somos ya expertos en la comparación de precios. Sin embargo hasta ahora solo pudimos comparar precios finales. Algo muy diferente sería, cuando junto al precio estuviera indicado qué parte de eso recibirá el campesino, qué parte el empleador, que parte el mayorista y qué parte el minorista. Con una transparencia tal en los precios, se probaría rápidamente, si no es casual que que se haya ahorrado en los costos de los campesinos nacionales. Eso sería formación del consumidor.

Esto resulta asimismo importante para lo biológico, es decir, agricultura biodinámica, que paulatinamente encuentra entrando en los supermercados. No todas las marcas consisten - como de algún modo Demetria en Suiza - en eso, en que deben pagar los mismos precios que otros vendedores y sólo a través de ello vender más barato, por lo que toman un pequeño margen. Otros se dejan poner bajo presión.

De ahí se puede pensar, que los supermercados están en contra de la transparencia de precios. Todavía menos impresionados están sin embargo los pequeños comercios, que todavía en el ramo bio se hacen sentir con fuerza. Para poder sobrevivir a pesar del pequeño volumen de sus ventas, deben elevar sus precios. Usted no se sorprendería, cuando - por ejemplo en en embalaje - se volviera visible, que los precios más altos de todos son debido a sus altos márgenes. De estos, mediante la iniciativa para alcanzar mayor transparencia, Demetria tomó hasta ahora distancia, a pesar de que tanto los consumidores como los campesinos de Demetria lo apoyan - por miedo, a ser boicoteados por los pequeños comercios.

En los supermercados bio hay más perspectivas. De este modo, la cadena de supermercados naturista Alnatura se decidió hace poco a publicar en su revista para los clientes, [un artículo del autor sobre la transparencia en los precios](#). Aún faltan algunas publicaciones más y muchas peticiones de los clientes, para que se dé el primer paso concreto en esta dirección. Entonces tendría el comercio justo regional claramente mejores chances.

## ¿Se esconde el diablo en el comercio intermediario?

¿Qué impide a Nescafé participar de del comercio justo global? El argumento más comprensible es bien, que el macroconsorsio en vez de situar la compra directa de las plantas de café, la ubican en el agente, “que junta más artículos de modo que el transporte y la preparación se vuelven más rentables”. Cuando los precios se hundan precipitadamente debido a la sobreproducción, se olvida rápidamente, que el comerciante actualmente se ve abaratado. El agente vale entonces como explotador.

Cuando por otra parte Nescafé afirmara, que los precios fuertes contribuyen al sobrecultivo y la sobreproducción, se pregunta uno, si la gente verdaderamente sabe sobre lo que habla. Esto vale para precios garantizados por el estado, como se conocen en la política agraria europea. Con el ascenso del

Comercio Justo, los productores sienten una responsabilidad. Muchos vuelven a invertir, para reducir su dependencia del café y solo entonces producirlo, cuando los precios son suficientemente altos. Ellos reciben de este modo más espacio, para formarse activamente en el mercado.

Traductor: Fernando Wirtz